

観光産業の持続的発展に向けて

山内 弘隆

2003年の小泉首相(当時)による「観光立国宣言」以来、わが国の観光産業はインバウンド旅客を中心に大きな発展を遂げた。途中、リーマンショックや東日本大震災の影響を受けながらもトレンドとしては拡大を続け、昨年は訪日旅客数3000万人を突破した。日本経済にとって観光によるマクロ需要拡大は必要欠くべからざるものとなっている。

令和元年版『観光白書』によれば、雇用、賃金、生産性に対するインバウンド増加の影響が顕著であるという。震災後の2012年から2018年の6年間で、宿泊業の就業者数は55万人から63万人へと14.5%の増加、全産業平均の6.3%を大幅に上回る。男性より女性の増加が大きく、65歳以上の就業者数が7万人から13万人へと大幅な増加となっている。高齢化社会にとっての朗報と言えようか。

賃金は、同じ6年間で年平均321万円から351万円へと9.5%の上昇となっている(宿泊業、賞与等特別給与額を含む)。その背景にあるのは、宿泊業従業者1人当たりの売上高金額が、826万円/人から940万円/人へと13.8%増加していること(2011年から2015年の4年間のデータ)、新規求人数が16.4万人から19.5万人へと18.9%増加していること(2014年から2018年の4年間のデータ)である。この産業の「人手不足感」は強い。「過剰」から「不足」を差し引いた「雇用人員判断DI」は、2018年にはマイナス70%近くとなっている(「宿泊・飲食サービス業」)。これはマイナス20%台の全産業平均を大幅に上回る。

順風満帆のように見える観光産業だが、将来に向けて対策を講じるべき点も少なくない。しばしば指摘されるように、オリパラ後のインバウンド旅客を注視する必要がある。諸外国の事例では、オリパラ開催決定以降インバウンド旅客は長期的な増加傾向を示すが、大会開催年には足踏み状態となり、それ以降は伸び率が鈍化している。持続

的な発展のためには成長戦略が必要とされる。話題になっているIRや大阪万博が具体策とされるが、経済全体からみれば観光分野の持続的な発展が欠かせない。

インバウンド旅客の消費額の伸び悩みも懸念材料ではある。2018年の訪日外国人旅行消費額は全体で4.5兆円。政府目標では2020年の消費額は8兆円であり、現状では遠く及ばない。消費単価の上昇は付加価値の上昇、さらには労働生産性の向上を意味する。

オリパラ後も訪日旅客の数をさらに引き上げるには、IR、万博等のイベントに加えて各地域の魅力の再発見と磨き上げ、その戦略的情報発信が基本である。全国津々浦々の地域が競って魅力度を増し広くプロモーションを展開することによって、マクロレベルの効果が期待できる。本年1月から導入された国際観光旅客税の1つの目的は、まさにこのような活動を支えることである。

外国旅客の消費額向上のためにはホスピタリティレベルの底上げが必要だが、その核となるべき宿泊業は基本的には労働集約的であり労働者個人のスキルに依存している。産業全体として離職率がきわめて高く、人材とスキルが定着しないという根本的問題を抱えている。

3K的な要素が強い宿泊業のレベルを底上げするには、賃金、労働条件の改善という当然の施策だけでなく働き方自体を根本的に変える必要がある。筆者の印象では、宿泊業ではスキルが定型化されておらず、組織としての一体性も希薄である。この実態を打破するためには、個社の努力に期待するだけでなく、業界全体あるいは公的イニシアティブによって改善を導くことが肝要であろう。そのための施策は、観光産業の将来にとっても喫緊の課題である。

(やまうち・ひろたか 一橋大学大学院特任教授)